



PRZEWODNIK PRAKTYCZNY / EDYCJA 2026

Dwanaście pytań, zanim start sprzedaży trafi do pięciu firm.

Proszę je zadać przed podpisaniem umowy z agencją marketingu deweloperskiego lub studiem CGI na start sprzedaży. Partner wart współpracy odpowie na wszystkie dwanaście w jednym mailu. Niewłaściwy zamilknie, gdy zapytają Państwo, kto robi wizualizacje dla marki, którą projektuje.

NA POCZĄTEK

Każdą wpadkę było widać jeszcze przed podpisem

Starty sprzedaży rzadko zawodzą przez portfolio. Każda agencja ma efektowny folder i wizualizację o zmierzchu. Zawodzą przez pięć rzeczy opisanych niżej, a każdą z nich dało się wychwycić już w pierwszym mailu, gdyby ktoś zapytał.

CO OBIECANO NA ROZMOWIE SPRZEDAŻOWEJ

CO WYCHODZI W DRUGIM TYGODNIU

01	„Oczywiście pełna obsługa”	Marka pochodzi od agencji, wizualizacje od freelancera, strona od studia webowego. Koordynacja całej trójki spada na Państwa.
02	„Marka jest gotowa”	Logo zatwierdzono na białej kartce. Nikt nie sprawdził go na ogrodzeniu budowy, szyldzie biura sprzedaży ani w nagłówku strony, dopóki nie było za późno na zmiany.
03	„Wizualizacje będą pasować do marki”	Studio CGI oświetla budynki po swojemu. Folder, strona i ogrodzenie budowy pokazują trzy nieco inne inwestycje.
04	„Strona ruszy razem ze startem sprzedaży”	Rusza bez rzutów, bez dostępności lokali i bez formularza, który trafia do Państwa zespołu sprzedaży, a pierwsza kampania kieruje kupujących na stronę z folderem.
05	„Wszystko będzie gotowe na start”	Biuro sprzedaży otwiera się z tymczasowymi wydrukami, bo wizualizacje dotarły po terminie wykończenia biura. Data startu się nie przesuw.

Nie wybierają Państwo portfolio. Wybierają Państwo, kto utrzyma cały start sprzedaży w ryzach.

Dwanaście pytań na kolejnych dwóch stronach sprawdza proces. Każde odpowiada jednej z wpadek powyżej i na każde istnieje odpowiedź, którą da się zweryfikować.



Koncepcja Maverick Frame dla startu sprzedaży osiedla willowego: plan startu i pozycjonowanie na jednym stole.

TEST, CZĘŚĆ PIERWSZA

Pytania 1-6: rysunki, warianty, termin

Prosimy wysłać je w tej formie. Nie szukają Państwo entuzjazmu, tylko liczb, nazwisk i dat. Wymijająca odpowiedź też jest odpowiedzią.

PYTANIE DO AGENCJI

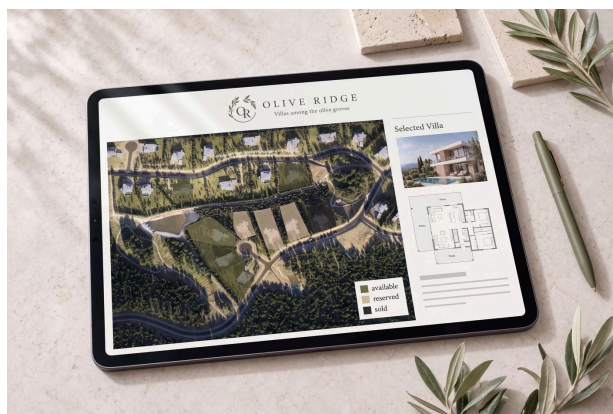
DOBRA ODPOWIEŹ BRZMI TAK

SYGNAŁ DO REZYGNACJI

1. Czego Państwo od nas potrzebują na start i czy mogą Państwo zacząć, zanim rysunki będą ostateczne?	Plan zagospodarowania, model bryłowy lub rysunki, struktura mieszkań i informacja, dla kogo są przeznaczone. Pozycjonowanie i nazwa mogą ruszyć, zanim projekt zostanie zamrożony.	„Prosimy wrócić, gdy projekt będzie ostateczny.”
2. Kto pracuje nad pozycjonowaniem i nazwą i jak sprawdzana jest nazwa?	Nazwy z uzasadnieniem, sprawdzone pod kątem domeny i profili w social mediach; badanie zdolności rejestrowej znaku towarowego zostaje po stronie Państwa prawnika.	„Proszę wybrać jedną z listy.”
3. Czy marka zostanie przetestowana na rzeczywistych materiałach startowych przed akceptacją?	Pokazana na ogrodzeniu budowy, w nagłówku strony, na okładce folderu i na szyldzie biura sprzedaży, zanim ją Państwo zatwierdzą.	Tylko logo na białej kartce.
4. Czy wizualizacje robi ten sam zespół, który projektuje markę?	Tak, w kolorach i świetle marki, z jednego modelu 3D inwestycji; albo wskazany z nazwy partner, który pracuje według księgi znaku.	„Wizualizacje kupujemy gdzieś na zewnątrz.”
5. Kiedy przy kompletnym briefie zobaczę pierwsze nazwy, pierwszą wizualizację i pierwszą podstronę?	Liczba dni roboczych dla każdego elementu i wyjaśnienie, co znaczy „kompletny”.	„Jak najszybciej” albo brak liczby.
6. Ile rund poprawek obejmują nazwa, identyfikacja, wizualizacje i strona?	Stała liczba dla każdego elementu i jasna definicja jednej rundy.	„Nieograniczone poprawki.”

Dlaczego pytania 3 i 4 są najważniejsze

Kupujący poznaje Państwa inwestycję na ogrodzeniu budowy, na stronie, w folderze i w biurze sprzedaży, zanim pierwszy raz ją odwiedzi. Jeśli marka i wizualizacje pochodzą od różnych zespołów, każde z tych miejsc pokazuje nieco inną inwestycję. Oba pytania rozstrzygają się, zanim ruszy jakakolwiek praca.



Koncepcja Maverick Frame dla startu sprzedaży osiedla willowego: wyszukiwarka willi z działkami dostępnymi, zarezerwowanymi i sprzedanymi.

TEST, CZĘŚĆ DRUGA

Pytania 7-12: strona, biuro, kampania, pliki

PYTANIE DO AGENCJI	DOBRA ODPOWIEŹ BRZMI TAK	SYGNAŁ DO REZYGNACJI
7. Czy strona pokaże dostępność i rzuty i dokąd trafiają zapytania?	Wyszukiwarka mieszkań lub willi, rzuty, spacer i formularz zapytania połączony z Państwa CRM, a do tego landing page dla każdej kampanii.	„Strona-wizytówka, formularze dodamy później.”
8. Co dostają pośrednicy i inwestorzy?	Prezentację sprzedażową dla pośredników, prezentację dla inwestorów, folder i układ cennika, w wersji drukowanej i cyfrowej.	„Folder w PDF wystarczy wszystkim.”
9. Czy mogą Państwo zaprojektować biuro sprzedaży i jego treści?	Koncepcję wnętrza, film i spacer na ekrany, duże wydruki i dotykową wyszukiwarkę. Zabudowę wykonuje Państwa wykonawca według projektu.	„Wydruki prosimy wysłać do drukarni.”
10. Jakie formaty kampanii Państwo dostarczają i kto zarządza budżetem reklamowym?	Posty, Reels, reklamy, billboardy i banery na ogrodzenie budowy według planu mediowego. Budżet zostaje u Państwa domu mediowego lub zespołu.	Kreacja i zakup mediów w jednej opłacie bez rozbięcia.
11. Co się dzieje, gdy projekt lub ceny zmieniają się po starcie?	Pliki i model 3D są aktualizowane, a nie budowane od nowa, a kolejny etap kosztuje mniej niż pierwszy.	Każda zmiana wyceniana jak nowy projekt.
12. Kto dokładnie będzie pracował przy moim projekcie i czy jakaś część trafi do podwykonawców?	Konkretne role w zespole, NDA przed przekazaniem rysunków, nic nie jest publikowane bez akceptacji.	„Nasza sieć”, chwila ciszy albo milczenie.

10 - 12

DOBRYCH ODPOWIEDZI: ZATRUDNIĆ, A TERMIN
PIERWSZEGO SZKICU USTALIĆ NA PIŚMIE

7 - 9

WARTO ZAMÓWIĆ JEDEN PŁATNY WIDOK TESTOWY
PRZED CAŁYM ZESTAWEM

0 - 6

LEPIEJ ZREZYGNOWAĆ, NAWET JEŚLI PORTFOLIO
ROBI WRAŻENIE

Pytanie, które agencje i studia omijają najczęściej, to numer 12

Podwykonawstwo jest powszechne i nie zawsze złe. Problemem jest jego ukrywanie. Inwestycja bez finansowania i startu sprzedaży nie powinna trafiać do ludzi bez NDA z Państwem, a błędnego folderu nie poprawi zespół, z którym nie wolno Państwu rozmawiać.



Koncepcja Maverick Frame dla startu sprzedaży osiedla willowego: biuro sprzedaży z makietą i ekranem z filmem.

DO WYSŁANIA

Jeden mail, trzy agencje, jeden dzień

Prosimy skopiować poniższy mail, uzupełnić nawiasy i wysłać go do trzech agencji lub studiów tego samego dnia. Odpowiedzi warto porównać obok siebie: różnice widać w pierwszej odpowiedzi, a nie w portfolio.

MAIL DO WYSŁANIA

01	Temat	Pakiet na start sprzedaży: [inwestycja], wycena i dwanaście pytań
02	Linia 1	Przygotowujemy start sprzedaży [budynku z mieszkaniami / osiedla willowego / inwestycji build-to-rent / rezydencji markowych] na [liczba] lokali w [miasto], ze sprzedażą planowaną na [data], i potrzebujemy [nazwy i marki / wizualizacji i filmu / strony / całego startu sprzedaży].
03	Linia 2	W załączniku lub po podpisaniu przez Państwa naszej umowy NDA: plan zagospodarowania, rysunki lub model bryłowy, struktura mieszkań i informacja, co jest już gotowe.
04	Linia 3	Prosimy o odpowiedź na dwanaście poniższych pytań liczbami i nazwiskami, a nie przedziałami.
05	Linia 4	Tu wkleić pytania 1-12 ze stron 03 i 04.
06	Linia 5	Decyzję podejmiemy w ciągu tygodnia od otrzymania wszystkich trzech odpowiedzi.

Co łączy dobre odpowiedzi

Są krótkie. Podają terminy w dniach roboczych, mówią, kto projektuje markę, a kto robi wizualizacje, proponują NDA i zadają Państwu jedno lub dwa pytania o kupującego i datę startu sprzedaży.

Co odpowiedzielibyśmy my

Nasze terminy i warunki dla wizualizacji i filmu są na następnej stronie. Markę, stronę i materiały na start wyceniamy dla każdego projektu, w tym samym formacie.



Koncepcja Maverick Frame dla startu sprzedaży osiedla willowego: ogrodzenie budowy z kampanią startową.

ILE TO KOSZTUJE

Stawki rynkowe i nasze warunki, żeby sprawdzić każdą wycenę

Przedziały widoczne na rynku w 2026 roku, od freelancera po studio. Użyj ich, żeby sprawdzić każdą wycenę, także naszą.

PRACA NA ZLECENIE	FREELANCER	STUDIO
Wizualizacja zewnętrzna, jedna	\$100 - 300	\$250 - 600
Wizualizacja wnętrza, jedna	\$120 - 350	\$300 - 700
Pakiet 5 - 8 ujęć	\$600 - 1 500	\$1 500 - 4 000
Animacja, za minutę	\$1 000 - 3 000	\$3 000 - 8 000

Nasze standardowe terminy i zasady poprawek. Tak wyceniamy, chyba że projekt wymaga czegoś innego, a wtedy mówimy o tym przed rozpoczęciem pracy.

ETAP LUB MATERIAŁ	STANDARD MAVERICK FRAME
Pierwszy szkic wizualizacji	Od 3 do 5 dni roboczych od kompletnego briefu
Gotowe wizualizacje, pakiet 5 - 8	Od 2 do 3 tygodni, szkice w cenie
Animacja do jednej minuty	Od 4 do 6 tygodni, najpierw storyboard i podgląd
Rundy poprawek w cenie	Dwie na etapie szkicu, jedna na finalnym obrazie
Co liczy się jako runda	Jedna zebrana lista uwag, wysłana za jednym razem
Tryb ekspresowy	Półowa czasu za około 40% więcej, jeśli harmonogram na to pozwala

Wybierz studio, zanim termin zacznie się palić

Najdroższe projekty, jakie widzimy, to nie te ze słabym briefem. To te zlecane w panice, gdy pierwszy wykonawca już zawiódł, a data premiery się nie przesunęła. Sprawdź jedno lub dwa studia, póki nic nie jest pilne.

Słowo o zespole wewnętrznym: jeden grafik 3D potrzebuje około dziesięciu subskrypcji oprogramowania, stacji roboczej i szeregu pokrewnych umiejętności, od modelowania i oświetlenia po postprodukcję i kontakt z klientem. Oplaca się to tylko wtedy, gdy ta osoba ma pracę każdego dnia. Poniżej tego progu rachunek sam przemawia za outsourcingiem.

DALEJ

Prześlij nam to, co już masz

Rysunki, model, zdjęcia albo szkic briefu, w dowolnym stanie. Odpowiemy zakresem, ceną i pytaniami, od których one zależą, na piśmie, bez rozmowy sprzedażowej.

Formularz kontaktowy	maverickframe.com/contacts/
Marketing deweloperski	maverickframe.com/pl/rozwiwania/marketing-deweloperski/
Albo po prostu	odpowiedz na e-mail, w którym przyszedł ten przewodnik.

Napisane przez ludzi, którzy czytają te briefy

Dim Kuzmenko jest współzałożycielem Maverick Frame Studio. Liczby w tym przewodniku pochodzą z naszej własnej skrzynki i naszego własnego cennika, nie z badania branżowego.